



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

Productos Turísticos Basados en el Patrimonio Cultural Inmaterial

Ing. Mario a. Socatelli P.
Profesor de la Facultad de Ambiente y Desarrollo
Universidad para la Cooperación Internacional – U.C.I.
Director General de Intermark Consultores en Turismo
Especialista en Planeación Estratégica y Desarrollo Turístico



Patrimonio cultural inmaterial – [Concepto]

Los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes; que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural. UNESCO, (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.



Programa Patrimonio Cultural Inmaterial
de la Humanidad de la Unesco



Patrimonio cultural inmaterial – [Importancia]

El patrimonio cultural inmaterial - (PCI) "es el crisol de nuestra diversidad cultural y su conservación, una garantía de creatividad permanente". UNESCO, (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

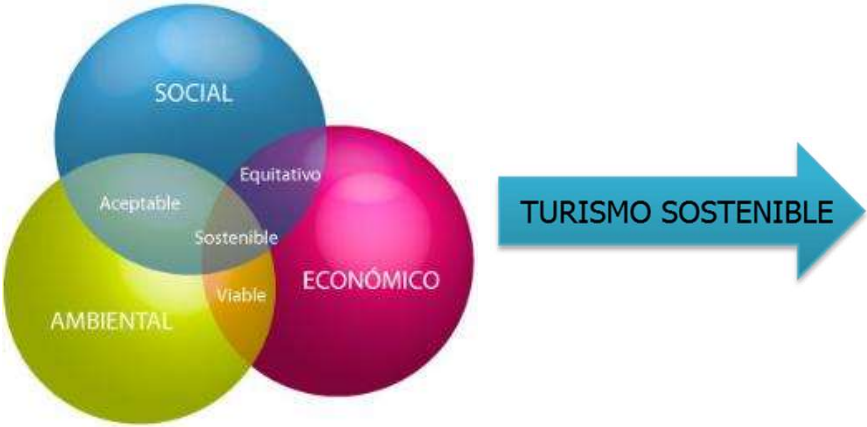


Su vulnerabilidad a las fuerzas de la globalización, la intolerancia, la transformación social, hacen necesario identificar, documentar, proteger, promover y revitalizar el patrimonio cultural inmaterial.

Patrimonio cultural inmaterial – [... y el Turismo]

El turismo es un poderoso incentivo para conservar y potenciar el patrimonio cultural inmaterial, garantizando su supervivencia a largo plazo.

El uso responsable del (PCI) con fines turísticos genera nuevas oportunidades de empleo, atenúa la pobreza, frena el éxodo rural y cultiva un sentimiento de orgullo en las comunidades.



Es un medio para poner en valor patrimonio cultural inmaterial y hacer de este un producto turístico.

Organización Mundial del Turismo (2013), Turismo y patrimonio cultural inmaterial, OMT, Madrid.

La demanda turística – [... y el P.C.I.]

El turista postmoderno busca integrar la experiencia cultural en sus viajes vacacionales. Aspecto que se vuelve determinante en la elección de los productos que adquiere y los destinos turísticos que visita.



- El Turista Postmoderno
- Genuino
 - Holístico
 - Interactivo
 - Espontáneo
 - Consiente Social
 - Hábitos de Viaje
 - Conocedor
 - Moderado

La oferta turística – [... y el P.C.I.]

La marcada evolución del turismo hacia el concepto de la "experiencia" hace que las vivencias de los turistas se estén convirtiendo en el centro de gravedad de la innovación en los productos y servicios turísticos.



La oferta turística – [... y el P.C.I.]

Los pintores de historias de Bengala Occidental, India

Festival étnico de Kozara, Bosnia y Herzegovina

Festival Internacional de Folclore y Percusión de Louga, Senegal

Carnavales de Rio de Janeiro, Brasil

Mercado Indígena de Chichicastenango, Guatemala

Festival Internacional del Tango, B. Aires, Argentina



Fomento al desarrollo turístico – [... y la salvaguarda del P.C.I.]

Fomentar el desarrollo del turismo a través de la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial o bien salvaguardar del patrimonio cultural inmaterial fomentado su integración turística, exige:

- 1 Identificar a los agentes interesados y crear mecanismos de participación.
- 2 Entender lo nexos. Todos los agentes interesados deben estar versados en ambos conceptos y ser conscientes de los nexos entre ambos.
- 3 Forjar asociaciones. La asociatividad genuina entre todos los agentes interesados. (Gobiernos, empresarios, ONG's y comunidades locales).
- 4 Anteponer el beneficio a largo plazo al beneficio inmediato.

Fomento al desarrollo turístico – [... y la salvaguarda del P.C.I.]

- 5 Mantener la autenticidad. Hallar un equilibrio entre la optimización de los productos turísticos (P.S.I.) para hacerlos viables comercialmente y la prevención para evitar una mercantilización excesiva.
- 6 Fijar los límites de cambio aceptable. Para mitigar la tensión entre el desarrollo del turismo y el control sobre la identidad cultural, es imprescindible fijar los «límites de cambio aceptable».
- 7 Garantizar el dinamismo cultural. Es preciso cuidar el que las culturas mantengan su dinamismo y su conocimiento para garantizar que el patrimonio inmaterial perdure.
- 8 Conciliar educación y entretenimiento. Mostrar la cultura viva al turismo no debe ser algo aburrido, e implica un equilibrio entre educación y entretenimiento.

Los productos turísticos – [... y la integración del P.C.I.]



Utilizar o revitalizar festividades y eventos comunales.

Utilizar los productos existentes para darle mayor proyección al patrimonio;

Combinar los de atractivos turísticos existentes creando un conjunto temático;

Desarrollar espacios culturales o instalaciones construidas al efecto, que sirvan para exponer el patrimonio;

Patrimonio cultural inmaterial – [Conclusiones]



El turista postmoderno busca el encuentro con nuevas culturas y la experiencia de disfrutar de la diversidad de las artes escénicas, la artesanía, los rituales, la gastronomía y las interpretaciones de la naturaleza y del universo.



La competitividad de los destinos turísticos requiere una constante renovación de la oferta para la reconversión de los mismos y mantener su vigencia.



El “patrimonio cultural inmaterial” presenta una gran oportunidad para innovar los productos y servicios turísticos, creando y capturando mucho más valor e implicando un cambio sustantivo.



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

Ing. Mario a. Socatelli P.
Profesor de la Facultad de Ambiente y Desarrollo
Universidad para la Cooperación Internacional – U.C.I.
Director General de Intermark Consultores en Turismo
Especialista en Planeación Estratégica y Desarrollo Turístico